

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені
К. Д. Ушинського»
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла
Коцюбинського
Аріельський університет
Інститут мовної освіти Норвіча
Харбінський інженерний університет
Центральний університет Хар'яна (Індія)

Актуальні проблеми сучасної філології та методики викладання
іноземних мов

Збірник наукових праць



Одеса-2023

УДК 37.016:81'243

А 43

Актуальні проблеми сучасної філології та методики викладання іноземних мов: збірник наукових праць / за заг. ред. А. А. Юмрукуз. Одеса: Магістр, 2023. 79 с.

Збірник містить тексти доповідей IV Міжнародної конференції з питань сучасної філології та методики викладання іноземних мов, що відбулась 20-21 квітня 2023 р. на кафедрі західних і східних мов та методики їх навчання ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

УДК 37.016:81'243

Рецензенти:

К.п.н., доцент, доцент кафедри методики навчання іноземних мов Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського Петрова А. І.

К.п.н., доцент, доцент кафедри романо-германської філології та методики викладання іноземних мов Міжнародного гуманітарного університету Першина Л. В.

Головний редактор:

А. А. Юмрукуз, кандидат філологічних наук, доцент (ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»)

Редакційна колегія:

Попова О. В., доктор педагогічних наук, професор (Університет Ушинського, Україна)

Ігнатова О. М., кандидат педагогічних наук, доцент (Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського, Україна)

Жовнич О. В., кандидат педагогічних наук, доцент (Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського, Україна)

МакКой А., голова міжнародного освітнього проєкту “English by camp”, викладач Інституту мовної освіти Норвіча, Велика Британія

Петров О. О., кандидат філологічних наук, доцент (Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського, Україна)

Рену Я., доктор філософії, професор Центрального університету Хар'яна, Індія

Давидович Н., доктор філософії, професор (Аріельський університет, Ізраїль)

Ян Юань, доктор філософії, Харбінський інженерний університет (Китайська народна республіка)

©Колектив авторів, 2023

© ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

доступною є музична форма (вона взагалі впливає на всіх – винятки є вкрай рідкісними), для інших – живописна, для третіх – літературна і т. ін.» [4, с. 35].

Виходячи з цього, можливо дійти висновків, що передавання інформації за допомогою захопливої «мови» кольору, здебільшого, ґрунтується на візуальних образах, які виникають у людській свідомості, але при цьому всі різновиди тих чи тих художніх образів (зорові, смакові, дотикові, слухові й запахові), наче пласти, нашаровуються один на одного, починаючи від простих натуралістичних асоціацій і завершуючи тими образами, які виникли під впливом народних традицій або особистісних звуко-кольорових переживань. Отож, подібно до гармонії барв природи, надпотужний вплив на уяву, настрої, емоційний стан глядача / читача можуть справляти художні шедеври живопису і літератури, фотозображення чи візуальні образи кіномистецтва, адже виражальна функція кольору якраз і полягає в майстерному передаванні тих чи тих емоційних переживань. І що більше образним й художнім є той чи той витвір мистецтва, тим глибше він дозволяє нам розділити переживаний досвід і враження, отримані самим автором від побаченого, для якого експресивні властивості кольорів виступають ще й одним із найважливіших інструментів візуальної комунікації.

Література :

1. Горіна Ж.Д., Босак Н.Ф. Звукосимволізм у мовно-літературній освіті старшокласників. Українські студії в європейському контексті: зб.наук.пр. № 6. 2023. С. 61-73. URL: http://obrii.org.ua/usec/storage/article/Horina_2023_61.pdf (дата звернення 13.04.2023)
2. Горіна Ж.Д. Освітні тренди і комунікативно-візуальне середовище нових медіа: монографія. Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгводидактики / за ред. Е.Палихати, О.Петришиної. Тернопіль : Підручники і посібники, 2021. С. 77-86. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19634/1/8_Horina.pdf (дата звернення 13.04.2023)
3. Іттен Й. Мистецтво кольору. Київ: Art Huss, 2022. 96 с.
4. Кандинский В. О духовном в искусстве. Москва: Рипол Классик, 2013. 256 с.
5. Berger, J. Ways of Seeing. Publisher: Viking Adult, 1973 160 p.
6. Cytowic, R.E. Synesthesia: A Union of the senses. Cambridge: MIT Press, 2002. 288p.

ПРАГМАТИКА АНГЛІЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВНО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Ніна Босак,

Жанна ГОРІНА,

Тетяна ЄВТУШИНА

*Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського,
Одеса, Україна*

Наприкінці ХХ – першої чверті ХХІ століття активізувалося вживання чужомовних слів англійського походження й зокрема тих, що раніше перебували у статусі так званих екзотизмів або запозичень з American English, цю тенденцію відзначають дослідники Б.Ажнюк, Я.Битківська, Н.Гудима, Ю.Молоткіна, М.Навальна, В.Сімонок, П.Селігей, О.Стишов, О.Суперанська та ін. Переважна їх більшість спочатку потрапила в мовно-інформаційний простір мас-медіа, згодом частина англізмів і лексичних запозичень, американізмів, пройшла

своєрідну комунікативну апробацію, поширюючись і на масову мовленнєву практику пересічних носіїв української мови. Безумовно, це передовсім пов'язано з розширенням міжнародних контактів, збільшенням культурно-інформаційного обміну між країнами Євросоюзу, США і Канади, спрощенням умов перетинання кордону і т. ін. Наше дослідження концентрує увагу саме на лексичних запозиченнях з англійської мови, яка може виступати або мовою-джерелом (під час безпосереднього), або мовою-посередницею (за умов опосередкованого запозичення). Такі лексичні одиниці позначають терміном «англізми» (англіцизми), розуміючи під ним результат процесу запозичення з англійської мови – лексичну одиницю. Я. Битківська натомість наголошує, що «англізми є неоднорідним за тематичними групами та сферами функціонування пластом лексики, який динамічно вступає в нові лексико-семантичні зв'язки та пристосовується до граматичної структури української мови й водночас є стимулом змін у підсистемах мови-одержувача» [1, с. 16]. Зрозуміло, запозичення мають на меті або заповнити певні лакуни у словниковому складі української мови, позначаючи нові реалії, поняття, процеси тощо, як, напр., *піар, вебінар, нікнейм, стартап, фейк, нон-фікшн, дрон, спам, спойлер, хай-тек, мейнстрим*, або з якихось причин проникають у нашу лексику, вступаючи у складну взаємодію з уже усталеними словами, перетворюють останні на архаїзми чи починають конкурувати з ними як синоніми (напр., *шоу* – вистава, *мас-медіа* – засоби масової інформації). За попередніми спостереженнями «доволі модним тривалий час лишається активне використання в мережевій практиці мас-медіа запозичень, частіше англо-американізмів, у тому числі і не транслітерованих» [3, с. 13], тому погоджуємося з тим фактом, що значну роль відіграє данина моді, комунікативна престижність англійської мови, як у випадках: *меседж* (замість *повідомлення*), *хайп* (замість *галас*), *пікапер* (замість *спокусник*), *VIP-персона* (замість *дуже важлива людина*), *воркшоп* (замість *майстерня*), *тренд* (замість *напрямок, тенденція*), *челендж* (замість *виклик*), *кейс* (замість *приклад*). Часто повторювані в усному і віртуальному спілкуванні лідерами думок, відомими особистостями, тиражовані через мас-медіа нові англізми набувають швидкої популярності, комунікативної привабливості, фактору престижності, міцно пов'язуючись із мовною модою, життєвим успіхом.

До американізмів або так званого варіанту American English належать елементи різних рівнів мовної системи (фонетичні явища, морфеми, слова й усталені словосполучення, словотвірні моделі, елементи значення, синтаксичні конструкції), які запозичені мовленнєвою практикою українців з англійської мови, використовуваної у США. Лексичні американізми поширені в усіх функціональних різновидах і стилях мови, фонетичні та граматичні — насамперед в усному мовленні, особливо в просторіччі і мові мас-медіа. В українській науковій традиції більшість запозичень з англійської мови звично тлумачать як англізми, тоді як американізми, за І.Іванкович, «сприймаються насамперед слова, яким притаманний локальний американський колорит (*ковбой, гот-дог, кока-кола, тінейджер*) і похідні від американських власних назв та імен (*Вотергейт, Діснейленд, МакДональдс*). В останні десятиліття

чимало англізмів увійшло до складу літературної української мови (*джинси, комп'ютер, рейтинг*), частина з них залишається поза її межами: у просторіччі (*бакен, секонд-гендовий*), молодіжному сленгу (*лузер, крейзуха*), професійних жаргонах — комп'ютерному (*онлайновий, софтвер*), і журналістському (*парт-тайм, рімейк*) та ін.» [4, с. 258]. «Треба змиритися з дійсністю: американізація — об'єктивний, а тому неминучий процес. Англомовний світ США випереджає решту країн у культурному й економічному розвитку, та й англійською мовою викладають безліч винаходів і відкриттів, нею оприлюднюють три чверті наукових досліджень. Тож не дивно, що переважна більшість нових термінів виникає в англійській мові й далі поширюється по всьому світові, потрапляючи і в українську», — наголошує С.Семчинський [6, с. 16].

Отже, з-поміж внутрішньомовних й екстралінгвістичних чинників активного запозичення чужомовних слів з American English виокремимо такі:

а) *емоційний фактор престижності американізмів*: економічна і військова потужність, геополітичний і культурний вплив на країни європейського континенту і пострадянського простору, високі стандарти рівня життя забезпечили American English монополію в глобальній міжкультурній комунікації, а також легкі і досить безперешкодні умови для його експансії по всьому світу, в тому числі і в Україні;

б) *функціональний фактор поширення американізмів*: спочатку американізми виконували суто експресивну функцію, але з плином певного часу на українську мову були нашаровані нові концептуальні поняття американської лінгвокультури й американізми перекваліфікували свою функцію на номінативну. Однак через фоносемантичні й графічні відмінності від власне української лексики вони сприймаються носіями мови як чужинні елементи або не коректні запозичення;

в) *адаптаційний фактор пристосування американізмів до лексики української мови*: запозичення є одним із найактивніших динамічних процесів будь-якої мови, це частина будь-якого міжнародного культурного обміну, спричиненого всією сукупністю взаємовідношень між національними мовами і культурами, що часом призводить до спотворення мов, які контактують. Деякі популярні американізми, без сумніву, збагатили комунікативні і функціональні потенції української мови, але вони ніколи не здійснять руйнівного чи істотного впливу на зміну її словникового складу завдяки рухливому процесу фонетичної і лексичної адаптації мов, які перебувають у безпосередньому контакті. Тому, на нашу думку, побоювання деяких науковців і громадських діячів щодо лінгвоциду української мови під впливом експансії американізмів є дещо перебільшеними.

Сучасна лінгвістична прагматика, як відомо, розвинулася на базі ідей філософа Л.Вітгенштейна і ґрунтується на його відомому визначенні *значення як використання в мові*. Йдеться про те, що інтерпретувати висловлювання можливо і доцільно лише виходячи з контексту його вживання, затим що недостатньо розуміти семантику висловлювання й уявляти подієву комунікативну ситуацію, варто визначити конкретну роль цієї ситуації, її окреме значення з-поміж суміжних фраз. Скажімо, поширені запозичення з American

English в мовленнєвій практиці українців діаспори США чи Канади, типу *джус* (juice — сік), *скаларшип* (scholarship — стипендія), *профіт* (profit — прибуток), *текси* (taxes — податки), *лайценс* (license — дозвіл), *лінстики* (lipstick — помада) паралельно співіснують з українськими словами, позначаючи ті самі поняття. З іншого боку, використання американізмів у різних ситуаціях чи контекстах може мати інакшу прагматичну настанову чи експресивне забарвлення, як, скажімо, в щотижневому сатиричному дайджесті новин «#@)€?§0» («*Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль*»), що виходить на YouTube каналі «Телебачення Торонто» з ведучим Романом Вінтонівим, який створив унікальний образ канадського журналіста Майкла Щура. Досліджуваний дайджест є одним із найбільш рейтингових українських медіа продуктів каналу YouTube та телевізійної розважальної програми на «UA: Перший», але водночас слугує яскравим прикладом гумористично-пародійного жанру, бо й сам автор позиціонує себе як журналіст-провокатор, який не боїться порушувати гострі соціально-політичні проблеми, висміюючи відомих політиків, чиновників та різних діячів культури й мистецтва. За допомогою іронії, сарказму, міміко-жестової комунікації та завдяки специфічній артикуляції звуків й інтонацій вигаданий образ журналіста виглядає цілком завершеним і природним. Популярність сатиричних новин від Щура, з одного боку, пояснюється тим, що автор, критикуючи висловлює й оптимістичні прогнози, подаючи журналістський аналіз з публіцистичною переконливістю, а з іншого, влучно вживає мовні засоби і прийоми пародіювання. Зокрема головний акцент мовного образу Майкла Щура зроблено на стилізацію власного мовлення під мову українців діаспори Канади із великими вкрапленнями елементів American English. Такі приклади чужомовних запозичень розкривають інакші комунікативно-прагматичні функції американізмів, мають на меті вплив на адресата. До того ж, здійснений контент-аналіз плейлисту дайджесту новин «#@)€?§0» Телебачення Торонто» з переглядом фрагментів відео відображає, на нашу думку, класичний випадок соціолінгвістичного впливу домінуючої мови: кількісно найбільшою виявилася група лексичних одиниць, звукова форма та значення яких збігаються з англійським прототипом (52%), приблизно порівну розподілилися одиниці, що утворилися від англійської основи шляхом додавання закінчення, префікса чи суфікса (22%) й орфографічні та орфоепічні американізми (слова, що в українській діаспорі Канади і США та в Україні мають різне звучання й написання) — 24%, кількісно найменшою є група американізмів, пов'язаних із транслітерацією англомовного тексту — 8%.

Література:

1. Битківська Я. В. Тенденції засвоєння і розвитку семантики англізмів у сучасній українській мові : автореф. дис ... к. філол. н. Івано-Франківськ, 2008. 20 с.
2. Босак Н.Ф., Печерська В.А. Причини появи запозичень-англіцизмів в українських ЗМІ. *Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках: материалы II Междунар. науч. конф. / Сост. Т.С. Пристайко. Днепропетровск: Пороги, 2005. С. 43 – 45.*
3. Горіна Ж.Д. «Модні» слівця в мовленнєвій практиці мережевих мас-медіа. *Кримський міжнародний форум: філологія та журналістика: збірник матеріалів, 20-21*

жовтня 2022 р., м. Київ – Львів – Торунь: Liha-Pres, 2022. С.12 – 16. URL: <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/view/170/2461/5880-1> (дата звернення 12.04.23)

4. Іванкович І.В. Американізм в мові української діаспори: монографія. *Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгводидактики* / за ред. Е.Палихати, О.Петришиної. Тернопіль : Підручники і посібники, 2021. С. 258-265. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19651/1/25_Ivankovych (дата звернення 12.04.23)

5. Молоткіна Ю.О. Функціонально-стильова диференціація новітніх запозичень у сучасній українській мові: дис. на здобуття наук. ст. PhD зі спец.035. Філологія Тернопіль – Переяслав, 2020. 285 с. URL: <https://tnpu.edu.ua/naukova-robota/documents> (дата звернення 12.04.23)

6. Семчинський С. В. Загальне мовознавство. К. : Вища школа, 1988. 327 с.

7. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття : (на матеріалі мови засобів масової інформації). К. : Пугач, 2005. 388 с.

8. Телебачення Торонто. URL: <https://www.youtube.com/@uttoronto/about>